

## FITNESS

# Anytime Fitness abre oficina en Madrid y prepara su desembarco en Portugal tras facturar 15 millones

La filial ibérica está negociando junto a la matriz estadounidense la entrada en el mercado luso mediante la venta de su licencia a inversores que se comprometan a desarrollar entre cinco y diez clubes por región.

P. López  
19 feb 2018 - 04:56

Anytime Fitness cerró 2017 con una facturación de más de 15 millones, 14 aperturas y 42

Nuevo paso adelante de Anytime Fitness para crecer en el mercado español. La cadena de gimnasios 24 horas ha abierto oficina en Madrid para reforzar la entrada de inversores, formar a sus franquiciados y brindarles un servicio más cercano a los socios de la zona centro y Norte de España.

“Será un *showroom* para inversores y franquiciados, y un centro de formación regional para nuestros socios”, explica a este diario David Abrahams, director de franquicias. Según ha podido saber *Palco23*, la filial ibérica mantendrá su sede en Barcelona, pero operará con una oficina junto al club que opera en Hortaleza. Con este movimiento espera crecer en implantación en esa zona y ofrecer un servicio más próximo a sus socios tras la fuerte expansión que ha experimentado la cadena en esa región.

La compañía ha sido la que más gimnasios ha inaugurado en 2017, con un total de 14 aperturas. “Ha sido un año positivo porque hemos crecido el doble que nuestra competencia en el segmento de centros de conveniencia, pero no hemos ganado tamaño al mismo ritmo que en otros países”, admite Abrahams, que recuerda que el objetivo para el año pasado era finalizar el ejercicio con cincuenta gimnasios operativos.

**Anytime Fitness cerró 2017 con una facturación de más de 15 millones, 14 aperturas y 42**

## instalaciones en España

Finalmente cerró 2017 con 42 clubes, y en lo que va de 2018 ya han ampliado la red a 46, por lo que espera alcanzar los cincuenta en junio con las aperturas previstas en Madrid, una en Zaragoza y otra en Sant Boi de Llobregat (Barcelona). “La inestabilidad política en Cataluña y el intento de sacar adelante la Ley autonómica contra el gimnasio 24 horas nos ha afectado, pero esperamos crecer a mayor ritmo en 2018”, manifiesta.

Aunque la filial ibérica prefiere no anunciar el objetivo de aperturas previstas, Abrahams indica que “durante los siete primeros años de andadura en el país, Anytime Fitness suele duplicar número de nuevos proyectos año a año, por lo que prevemos superar con holgura los catorce realizados en 2017”. “Prevemos llegar a esa meta porque el sector desprende esa confianza. Está atrayendo inversiones y al capital riesgo, la economía está creciendo y aún queda margen porque la tasa de penetración ronda el 11%”, justifica.

En este sentido, el directivo admite que no cierra la puerta a la llegada de un inversor que desee hacerse con la masterfranquicia, aunque advierte que no será a cualquier precio. “La matriz estadounidense tiene el 100% del capital de Anytime Fitness Iberia, y por cada apertura que se realiza el valor crece. Si la central contemplara vender la filial, tendría que ser a un precio muy interesante”, afirma.

Anytime Fitness cerró 2017 con una facturación de más de 15 millones, 14 aperturas y 4

Image not found or type unknown

Anytime Fitness cerró 2017 con una facturación que superó los 15 millones de euros

Desde su llegada a la empresa en 2016, la compañía ha desarrollado nuevos espacios de crecimiento que no necesariamente se encuentran en las grandes ciudades. “En la batalla por la ubicación, hemos descubierto que en ciudades o barrios populares de alrededor de 25.000 habitantes hay espacio para crecer. Antes creíamos que no iba a existir retorno porque el poder adquisitivo era más reducido”, asegura.

Sin embargo, la cadena ha encontrado la rentabilidad en esas ubicaciones. “Tenemos dos instalaciones en este tipo de zonas con más de 800 socios. Ahí está la oportunidad para nuestro modelo de club de 500 metros cuadrados”, subraya.

Ahora, la empresa busca llevar su marca a Portugal, un mercado que según Abrahams es “un mundo aparte”. El desembarco en el país luso llegará a través de inversores locales, como primera opción. “La idea es busca multioperadores. Buscamos dos o tres socios para todo el país que se comprometan a abrir entre cinco y diez clubes inicialmente, con opción a hacerse con la masterfranquicia más adelante”, describe.

Ahí radica la diferencia entre vender la licencia de uso de la marca a un masterfranquiciado para todo el país o hacerlo por territorios. “Lo ideal sería dividir las zonas entre norte, centro y sur”, recalca. Es una estrategia en la que ya está trabajando la filial debido a la cercanía con Portugal, pero en la que también se está involucrando la matriz desde EEUU.